



2012年已近尾声,今年的车市有点冷。国内外经济形势不容乐观,厂家增产势头凶猛,经销商库存压力增大,自主品牌销量下滑等负面消息接踵而至,2012年中国汽车之路并不平坦。车市整体产销数据让人揪心,虽然自9月起稍有回暖,但升幅不大。据中汽协统计,1-10月,汽车产销1572.01万辆和1570.07万辆,同比分别增长4.56%和3.56%,与前9月相比,产量增幅减缓0.42个百分点,销量增幅提升0.19个百分点。

中国车市低迷,但市场规模依然巨大,让全球车企不敢小觑其在中国汽车市场的发展。于是,面对车市产销增幅下滑现状和库存压力处境,车企推出新车的脚步并未明显减缓,频繁推出的新车让人眼花缭乱。经历黄金十年的快速增长,历经2011年的增速减缓,到今年遭遇微增长,2012是发力调整的一年,加快走向成熟和理性步伐。明年,中国车市将会增加哪些变数?业内人士对此褒贬不一,但乐观者居多。汽车厂商是苦苦支撑等待新的爆发,还是积极求变应势而为?这需要作出理性选择。

《赛车总动员》,倘若你只将它归于动画片,显然你读薄了这部电影。这是一场汽车的盛宴,讲述一段由轻狂走向理性的历程。

欢快的连声“咔嚓,咔嚓”,搭配调皮的眨眼表情,他炫红的车身、流畅的线条驰骋在赛道上,他的名字叫“麦坤”。看过《赛车总动员》,你不会忘记这个闪亮主角。当他在奔赴汽车界终极车赛“活塞杯”路上,意外流落在被岁月淹没的小镇。因为毁坏小镇道路被判直到修好才能离开,在被困小镇的日子里,退去最初的倨傲自负,结识一群执着相随的好友。当再次奔跑在赛道时,他怀揣真正的赛车精神。

回望2012车市,所谓跌宕起伏。当红火十年的中国车市遭遇寒冬,习惯了两位数增长的车市归于5%,就像困于小镇的麦坤,一时失了当初的“轻狂”。黄金时代远离中国车市,车企或调整战略,展开价格战或抱团取暖突围。经历过2011、2012阵痛,展望2013,业内人士大多持乐观态度,甚至90%的车企老总看涨明年车市。让我们将胶卷定格在2012,重温今年车市的经典瞬间。



最佳剧本

好的剧本是通过不同的写作形式表达整部影片的人物和动作内容,一本优秀的剧本是一部好电影的前提和基础。纵观2012年车市,在这部时代巨制的《赛车总动员》电影中,车企们又是如何通过自己的出其不意和良苦用心的策略,来展现其精彩的电影蓝图呢?

剧本一

广汽奇瑞“抱团取暖”谋发展

11月6日,广汽集团和奇瑞签署战略合作框架协议,宣布国内首个跨区域汽车战略联盟成立。根据双方协议内容,双方将在整车开发、动力总成、关键零部件、研发资源、节能和新能源汽车、国际业务、生产制造七个领域开展合作。

业内人士认为,广汽奇瑞联盟的成立,打破了国内汽车行业各自为战的旧传统。其背后的原因还与政府的积极推动、今年中国车市增速放缓密不可分。“优势互补”,促成了广汽和奇瑞深度合作。奇瑞已经在自主品牌领域深耕多年。有资料显示,奇瑞每年的研发费用占到销售收入的10%~15%,全国的研发人员已超过6000人,仅发动机的研发人员规模就达800人以上。

年初,由于奇瑞进行战略调整,有传言称,奇瑞新车项目从140多个缩减至30多个。从另一个方面可以看出,奇瑞已经出现了新车开发的“相对过剩”现象,这也成为与广汽合作并共享技术平台的前提条件。这一切正是广汽集团所需要的。而广汽对于奇瑞来说,也是个不可多得的“聚宝盆”。通过与多个国际汽车集团特别是日系企业的合作,广汽集团在产品推广、市场营销、生产精益化管理、汽车后市场业务及服务等方面经验丰富,这些经验已经用到了广汽乘用车业务上,在生产线布局、生产管理等方面就大量借用了本田和丰田的经验。而这一切恰恰是奇瑞所需要的。

奇瑞通过与广汽的合作,将能够吸收广汽在管理、生产及品牌经营方面的诸多优势。通过在技术和研发领域的合作,广汽和奇瑞还能够节约大量的时间和成本,共同提升这两大自主品牌的竞争力。

剧本二

去日本化 日系车企启动在华自救战略

曾经,日系车在中国市场是多么一帆风顺,然而,随着钓鱼岛风波的愈演愈烈,在华日系车企才真正感觉到了比大地震更加恐怖的事情——来自中国市场的对日系车的抵制浪潮。受其影响,除销量大幅下滑之外,日系车的市场占有率也在急剧下滑,日系车企正面临着一场前所未有的寒冬。然而,日系车企的坚韧与变通也同时被激发出来。为挽回失地,在华日系车企开始了一场全面的自救战略,希冀通过“去日本化”来重拾中国市场的信心。变局,也许正在产生。

在今年的广州车展中,丰田、本田、日产等日系品牌不仅集体高调亮相,维持了和去年相当的参展规模,更是对中国消费者表现出了极大的讨好。其中,丰田汽车公司中国本部长大西弘致表示:“越是困难的时候,越要爱中国。今后丰田将以中国本土为主导推进事业,要将之前‘中国中国’转变为‘中国丰田’,实现更加扎根于中国市场的本地化变革。”东风日产发布了“品质无忧承诺”这一重大举措,日产汽车表示,如果在购买7天内对质量不满意,可以进行退换。此外,本田和三菱汽车公司也宣布了全额补偿措施。

看来,为了挽回中国市场的信心,各日系车企均在向“中国企业”靠拢,试图淡化其日系的影子,最大程度地亲近中国消费者。在一定程度上讲,这种“去日本化”的方式无疑是一剂猛药,其效果如何只能由时间来给出答案。

此外,日系车企在投资上也更加给力。丰田汽车计划在今后三年向中国投放20款新车型,一汽丰田计划在2013年下半年导入一款三厢轿车,广汽丰田计划导入一款两厢轿车。从明年起,这两家合资公司将依次建立起合资自主品牌。丰田在常熟投资的CVT变速箱工厂也已经开工建设,预计将于2014年投产。另外,本田中国表示,在中国成立本田设计中心的工作正在如期进行中,并计划在2015年前推出10款以上新车型和全新改款车型。 本报记者 陈茜

微增长的突围之路

本报记者 何晶晶

回眸 微增长很闹心

在国家扩大汽车消费政策刺激下,2009年和2010年国内汽车产销翻了一番。从去年开始,国内车市进入调整期。今年延续去年态势,微增长成为调整期的一大特点。据中国汽车工业协会统计,2011年国内汽车产销大约同比增长3%。2012年预计将在5%左右收官。回顾全年,限购、库存压力、豪车打价格战、召回立法、车企扩产、微增长或成常态成为今年车市的热词。

据中汽协发布的2012年上半年汽车产销数据,1-6月,国内汽车产销分别为952.92万辆和959.81万辆,同比增长4.08%和2.93%。销量前10名的厂家集体受挫,无一例外没有完成销售任务。到了下半年,众多日系车销量暴跌。8月底到9月再到10月,车商的促销一波接着一波,但最终收获的却是“铜九铁十”。然而,11月份车市却有逆转迹象。全国乘用车市场信息联席会表示,原本预计11月国内零售113万台,较同期增长7%,不过由于月末零售走强,预计实际零售量将超预期。11月销量逆转,临近年关车市迎来“小爆发”,尽管如此,也难为车市带来根本性逆转,2012年车市依然难逃“惨淡”命运。

据中国汽车流通协会调查显示,今年3月以来汽车经销商库存系数呈显著上升趋势,6月升至历史高位,远超过国际惯例的库存系数0.8~1.2。究其原因,一是发展不平衡,二是受到欧债危机波及,汽车厂商将海外销售目标转嫁中国。此外,7月1日,广州正式开始车牌摇号政策,跟随上海拍牌和北京摇号之后,北上广全面开始了汽车限购政策。

乍暖还寒时候,最难将息。对于车企和经销商而言,2012的中国车市就是如此尴尬,亦暖亦寒经历阵痛。如何突围微增长成为2013年车企的必修课。

政策:影响前景走向

正如业内专业人士表示,2012年,中国汽车产业的调整转型进入深入期。在车市自我调整优胜劣汰的同时,国家出台的一系列政策成为调控车市的有力之手。

1月16日,国家质检总局发布《家用汽车产品修理、更换、退货责任规定(第二次征求意见稿)》。这让大家看到“汽车三包”落地的希望。

7月9日,由国务院印发了《节能与新能源汽车产业发展规划(2012-2020年)》(以下简称“规划”),其中对新能源汽车未来产销目标做出了明确规定:至2015年,纯电动汽车和插电式混合动力汽车累计产销量力争达到50万辆;到2020年,纯电动汽车和插电式混合动力汽车生产能力达200万辆、累计产销量超过500万辆。其中,明确提出对新能源汽车区别对待。7月11日,国家发改委、工信部、财政部联合公布了第八批节能汽车推广目录,入选车型从第七批的49款大增到148款。在汽车购置税优惠、汽车下乡、以旧换新等多项政策逐步退出

之后,小排量汽车市场份额逐步下滑。

日前,国务院常务会议审议通过了《缺陷汽车产品召回管理条例》(以下简称《召回条例》)。该条例自2013年1月1日起施行。业内人士指出,《召回条例》的实施将助推“三包”政策出台,届时中国车主维权将有法可依。

与此同时,地方政策也相应出台。6月30日,广州宣布从7月1日零点开始实施中小客车总量调控交通政策。这一突然举措刺激了一下沉闷的车市,限购前夜市民疯狂抢购,实现一夜数万台的销售量。至此,北京、上海、广州三大国内一线城市全都进入“限牌”时代。

车企:成绩喜忧不一

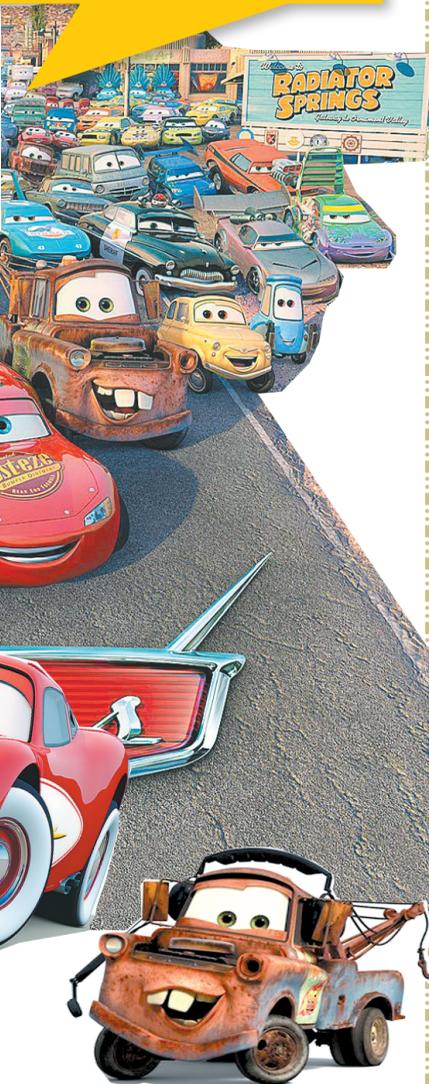
车市低迷却不挡不住市场竞争激烈,在2012避寒取暖的突围之路上,车企几家欢乐几家愁。

上半年,大型跨国车企在中国车市表现抢眼,通用、大众等强劲增长,上海通用销量达639549辆,同比增长6.6%;上海大众上半年同比增长10.4%。其中,别克品牌中,凯越及英朗XT、GT车型销量创历史新高纪录。雪佛兰品牌中,科鲁兹和新赛欧销量双双突破10万辆。上海大众在销售方面也取得了重大突破,2012年连续半年每月销量破10万辆。

进入下半年,通用、大众依然领跑。而日系车自9月以来,销量持续下滑。尽管四大日系车企丰田、本田、日产和马自达分别公布了11月在华销量数据,跌幅有所收窄。但和去年相比,四大日系车企销量普遍下滑近30%。不容忽视的事实是日系车一度在中国曾高达30%的市场占有率如今已降到不足8%。日系车丢失的份额被德系、美系、韩系瓜分。

值得一提的是,今年豪华车走势强劲,大放异彩。在众多热点豪华新车在定价上采取低价入市策略,原有在售车型价格已是一路下探。数据显示,截至今年10月,奥迪、宝马、保时捷、奔驰、法拉利等豪华品牌在华销量均达到两位数增长。奥迪、保时捷前10个月销量已超过2011年全年,其中保时捷10月销量同比增长57%。

相比之下,自主品牌表现稍弱,上半年市场份额继续下滑。好在进入9月来,连续两个月销量大幅逆转,进入上升通道。看车市巨大潜力,众多合资自主车企加快扩产步伐,出现“圈地”建厂热潮。华晨宝马、北京现代、



东风悦达起亚、东风日产都在其列。新能源汽车虽是政策的宠儿,但是整体市场仍然处于冰冻期。

前瞻:或有转暖迹象

今年中国汽车业可谓低迷,明年的车市如何?各方看法迥异,但乐观猜测占主导。广州车展上,汽车业大佬几乎都放出乐观预言——明年情况好于今年。国家信息中心信息资源开发部主任徐长明较乐观,“这两年宏观经济增速下调,超高速增长带来环境问题,但我认为这是短期回调。明年开始,年均增速10%以上大概还有10年”。相反,全国乘用车联席会秘书长饶达的预测较悲观,他认为,明年车市整体销量大概在2000万辆或者更少,即增长5%。

油价一直是制约汽车发展的因素,今年油价四涨四跌,许多消费者抱怨买得起,用不起。从车型看,目前,混合动力车型仍未列入国家“新能源汽车”名录,但业内普遍预测,新能源汽车市场的启动,势必会有一片广阔天空。业内人士看好豪华车在2013年内的发展,认为中国消费者对豪华车的刚性需求很大。

与此同时,自主品牌也在积极寻求突破,2012年上半年,自主品牌代表——吉利、长城和奇瑞国内销售业绩平平,9月以后出现逆转上扬。今年自主品牌采取抱团取暖方式以突围,例如,广汽集团和奇瑞汽车正式签署战略合作协议。正如众多车企相关负责人认为,未来二三线市场将替代大城市挑起车市大梁,成为中国汽车产业增长的立足点和竞争场。以郑州为例,从2002年40万到2011年180万辆汽车,发展速度惊人。

车市销量的最终主导者还是消费者,如今消费者的购车理念更理性,消费群更广泛,购车需求多样化。车企在比拼新车和销量的同时,既要迎合消费者口味,更应在售后服务市场做足工夫,才能长足发展。

